

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN OUTLET BIRU
DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Guna Melengkapi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Oleh :

MUHAMMAD BACHRUL ULUM
B. 100070156

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
OUTLET BIRU DI YOGYAKARTA**

Yang ditulis oleh :

Nama : Muhammad Bachrul Ulum

NIM : B. 100070156

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2011

Pembimbing

(Dra. Wuryaningsih, DL., MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD BACHRUL ULUM**
NIRM : **07.6.106.02016.50156**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
OUTLET BIRU DI YOGYAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... Juli 2011
Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD BACHRUL ULUM

MOTTO

- “Ilmu adalah suatu senjata, sabar adalah pakaianku, yakin adalah penolongku, taat adalah kecintaanku, kebahagiaan adalah sholatku.” (Suri Tauladan Rasulullah)
- “Diantara indikasi kecerdasan seseorang adalah lemah lembutnya (tenang) dalam menjalani kehidupannya.” (HR. Ahmad)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk :

1. Allah SWT., yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk. Tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua. Amiin...
2. Ibu dan ayah tercinta
3. Saudara-saudaraku tercinta
4. Sahabat-sahabatku sekalian

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin, Ash-sholatuwassalamu'ala Rosulillah.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya memberikan ketabahan, kekuatan batin, kesabaran dan perlindungan, sehingga penulis berhasil menyusun skripsi serta menyelesaikan karya ini.

Karya tulis ini terselesaikan atas dukungan, dorongan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Dengan segala kerendahan hati, penulis hanya mampu mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, staff Dosen serta segenap karyawan yang telah memberikan kemudahan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Dra. Wuryaningsih, DL., MM., selaku dosen pembimbing utama yang dengan tulus ikhlas dan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran disela-sela kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga terselesainya karya tulis ini.
3. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik terima kasih
4. Bapak H. Ahmad Tugimin, S.Ag dan ibu Sri Hartini tercinta yang telah memberikan doa, dorongan, materi serta nasehat selama penulis menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta, jasanya kan kukenang selalu, semoga Allah selalu melindungi kalian.
5. Adiku Hj. Ema Maliyana, SE
6. Adikku H. Gangga Adi Nata
7. Buat Nisa Aulia yang memberikan motivasi selama ini
8. Teman-temanku Nia, Ega, Ita, Solikin, Eko terima kasih atas keceriaannya selama menuntut ilmu di UMS.

9. Teman kecilku Riski Gendut, Nugroho Brondol semoga menjadi temanku selamanya
10. My Best Friend Fandi dan Edhar, Rizal terima kasih sudah membantu terselesaikannya skripsi ini
11. Buat Bulekku Aufi dan Hj. Zahrotun
12. Buat Om Ari dan Yazid
13. Buat Kakakku Siti Rofiah dan Mas Arif, Mas Irham terima kasih telah menjadi kakakku yang terbaik.

Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi hingga tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan semoga Allah SWT, senantiasa memberikan pahala yang berlipat atas setiap amal kebajikan kita, Amin Yaa Robbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Kerangka Teori	25
C. Kerangka Konsep	26
D. Formulasi Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Identifikasi Variabel Penelitian	27
B. Definisi Operasional Variabel	27
C. Lokasi Penelitian	31
D. Populasi dan Sampel	31
E. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33

F. Uji Kualitas Data	35
G. Teknik Analisis	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
A. Uji Instrumen	47
B. Analisis Deskriptif	53
C. Analisis Regresi Berganda	59
D. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
C. Keterbatasan Penelitian	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.3. Penilaian Variabel Kualitas produk	54
Tabel 4.4. Penilaian Variabel Kualitas pelayanan.....	55
Tabel 4.5. Penilaian Variabel Harga	56
Tabel 4.6. Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.7. Penilaian Variabel Loyalitas konsumen	58
Tabel 4.8. Estimasi Regresi Linear Berganda Model I	60
Tabel 4.9 Estimasi Regresi Linear Berganda Model II	62
Tabel 4.10. Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.11. Uji Ramsey Riset	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Hubungan antar Variabel Bei and Chiao (2001)	25
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	26
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitaas	66
Gambar 4.2. Uji Normalitas Regresi	67
Gambar 4.3 Hasil Penelitian	74

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Produk
- 3a. Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Produk
- 3b. Uji Reliabilitas Pertanyaan Kualitas Produksi
4. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Pelayanan
- 5a. Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Pelayanan
- 5b. Uji Reliabilitas Pertanyaan Kualitas Pelayanan
6. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Harga
- 7a. Uji Validitas Pertanyaan Harga
- 7b. Uji Reliabilitas Pertanyaan Harga
8. Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen
- 9a. Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen
- 9b. Uji Reliabilitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen
- 10 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Loyalitas
- 11a. Uji Validitas Pertanyaan Loyalitas
- 11b. Uji Reliabilitas Pertanyaan Loyalitas
12. Hasil Data Karakteristik Responden
13. Hasil Kualitas Produk
14. Hasil Pertanyaan Kualitas Produk
15. Distribusi Frekuensi dan Mean Kualitas Produk
16. Hasil Kualitas Pelayanan
17. Hasil Kualitas Pelayanan Indikator Kehandalan
18. Hasil Kualitas Pelayanan Indikator Daya Tanggap
19. Hasil Kualitas Pelayanan Indikator Kualitas Pelayanan
20. Hasil Kualitas Pelayanan Indikator Empati
21. Hasil Kualitas Pelayanan Indikator Bukti Fisik
22. Distribusi Frekuensi dan Mean Kualitas Pelayanan
23. Hasil Pertanyaan Harga

24. Hasil Pertanyaan Harga per Indikator
25. Distribusi Frekuensi dan Mean Variabel Harga
26. Hasil Pertanyaan Kepuasan Konsumen
27. Hasil Pertanyaan Kepuasan Konsumen menurut Indikator
28. Distribusi Frekuensi dan Mean Kepuasan Konsumen
29. Hasil Pertanyaan Loyalitas
30. Hasil Pertanyaan Loyalitas per Indikator
31. Distribusi Frekuensi dan Mean Variabel Loyalitas
32. Resume Hasil Penelitian
33. Uji Koefisien Determinasi Ganda, Uji F, Uji Regresi Linear dan Uji t terhadap Kepuasan Konsumen
33. Uji Koefisien Determinasi Ganda, Uji F, Uji Regresi Linear dan Uji t terhadap Loyalitas Pelanggan
35. Uji Asumsi Klasik
36. Uji Regresi untuk Mengetahui R Square Old dan R Square News guna Perhitungan Uji Linearitas.
37. Jadwal Penelitian

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen di Outlet Biru. 2) Untuk menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan loyalitas konsumen di Outlet Biru.

Hipotesis penelitian ini 1) Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Outlet biru. 2) Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga serta kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Outlet Biru.

Berdasarkan hasil analisis uji t_{test} maka diperoleh bahwa kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kepuasan konsumen (Y_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kepuasan konsumen (Y_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y_2).

Berdasarkan hasil uji F diperoleh bahwa secara bersama-sama variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Sehingga model yang digunakan adalah fit. Variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3) dan kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y_2). Sehingga model yang digunakan adalah fit. Variabel kepuasan (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y_2). Sehingga model yang digunakan adalah fit

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen